广播电视编导创新思维对电视节目质量的影响

吴 洋
（渤海大学 新闻与传播学院，辽宁 锦州 121000）

摘 要：本文主要探讨广播电视编导培养创新思维对电视节目质量的影响，此次研究以实际情况为现实基础，查阅相关文献，提供理论基础，文中强调了培养创新思维的重要性，广播电视编导创新思维的培养途径，分别从消息类新闻节目、专题类新闻节目、评论类新闻节目，“互联网 +”到“电视 +”“新闻 +”角度，列举了近年来电视节目的创新实践，呼吁编导能够从历史经验中寻求灵感，从而出品更多优质的电视节目，丰富群众精神世界。

关键词：广播电视编导；创新思维；电视节目；互联网 +”；“电视 +”；“新闻 +” **中图分类号**：G222 **文献标识码**：A
文章编号：1671-0134（2021）06-096-03 **DOI**：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2021.06.030
本文著录格式：吴洋 . 广播电视编导创新思维对电视节目质量的影响 [J]. 中国传媒科技，2021（06）：96-98.

导语

近年来，随着互联网的兴起，传统的新闻媒体也纷纷进行了创新，优质的电视节目如雨后春笋般出现，形成了百家争鸣、百花齐放的景象。面对众多优秀的节目，广播编导也应该积极寻找创新，在娱乐与价值中寻找一个平衡点，使电视节目在充满趣味的同时，还具备社会价值意义，为大众宣扬正确价值观、人生观、世界观。

1. 培养创新思维的重要性

广播电视发展以来的数十年里，给观众带去了更多的信息和知识，丰富了人们的精神世界，广播电视也得到了极大的发展。但是一直到今天，更多的媒体平台逐渐进入人们的视野，越来越多的广播电视节目开始注重内容和形式的创新，要从中脱颖而出，获取大众的认可就必须要有过硬的实力。要符合大众的审美，最重要的是要通过广播电视宣传正确的价值观。中国的电视节目要成为世界的节目，除了要适应国内观众的喜好，也要宣传中国传统文化，要利用新技术，让世界看到中国。

2. 广播电视编导创新思维的培养途径

2.1 传统文化的现代表达

中国电视作品要想走向世界，就必须真正意义上体现中华民族的特色。尤其是那些具有普世意义的优秀传统文化，能够为各国所接受，充满着永恒的魅力，是文艺工作者创作的源泉。当下受众的年轻化与需求化不同，随着时代的变化，科技、编程、舞台灯光都需要进行变革调整来适应更多观众的审美，电视编导应该了解面向对象的欣赏品味、知识结构、心理需求和生活习惯。中国电视应在传统文化的基础上进行自主创新，认真编辑节目的情节，提高节目的品位，宣传传统人文精神和审美情趣，使节目在大众化的同时，也能够鼓励和教育观众，使电视节目发挥出它的最大价值。[1]

例如：央视《典籍里的中国》节目聚焦优秀中华文化典籍，通过时空对话的创新形式，以“戏剧＋影视化”的表现方法，用追根溯源、旁征博引的方式纵横上下五千年，从文明的起源讲到现代的传承，目光之深邃、格局之远大，抚今追昔、胸怀天下，在穿越于时间的维度中完成 21 世纪与过去的对话，让“活”变得真实而又有意义。《谢谢了，我的家》以家风为展示主体，以家族人物为承载对象，旨在通过家风文化价值的发现，对民俗文化寻根，重塑家庭观念。央视中文国际频道总监李欣雁在接受采访时介绍，以长辈的言传身教作为切入点，展开每一位嘉宾的“家风传承”。

再例如《万里走单骑——遗产里的中国》，由浙江卫视主办，节目以单霁翔作为发起人，携手黄觉、马伯骞、阎鹤祥组成“布鞋男团”。男团四人将共同前往国内 10 余处世界遗产地，通过切实行走体验当地文化。并且与当地的人文学者、申遗专家等进行交流，揭秘中国世界遗产背后的故事。没有那么多情节设置所带来的情感宣泄，但真实的中国世界遗产文化会从各路感官带你感受人类最原始的情感跌宕。接受这份沉重且意义非凡的礼物，主动自觉加入保护中国“非物质文化遗产”行列中。精准确定节目受众，源源不断的感受节目所带来的文化输出。通过单霁翔与寻访嘉宾全程的观点交锋、融合，揭秘“非物质文化遗产”最直击人心的动人故事。

2.2 专业性和艺术性结合

当今，电视进入百家争鸣的时代。除了创造力，各电视节目之间的竞争还必须寻求人才以及提高节目质量，坚持节目的专业性和艺术性，提高节目质量，使电视节目能够满足电影感和深入思考的要求。这是对新时期电视编导的新要求。

不知道从什么时候开始，电视选秀节目的参赛选手都带着故事而来，但不可否认，观众的同情心总是能被轻易触动，所以参赛的成员们，很喜欢把自己塑造成弱者，拿自己的悲惨经历说事。面对严格的赛事机制，总是出现许多的“破格”。但这并不是观众真正想看的。譬如

在这一众电视节目中与之不同的就有《最强大脑》中的“水哥”王昱珩，在520杯同质同量的水中，由嘉宾选出一杯，让王昱珩观察后放回去，根据先前的观察，王昱珩再找回这一杯水。寻找的过程中，他开启了肉眼扫描功能，当扫到383号水时，他一眼就认出来了，更精细到说出“水的角度旋转了15度”。当时震惊的全场，掌声如雷为他欢呼！就是这样一个拥有“鬼才之眼”的人，右眼瞳孔缩放因为外伤出现障碍，无法对焦、变焦，而左眼视力也从1.2 降到了0.4左右，医生曾说很可能会转变为青光眼。即使在他身上发生这些事情，他在评委没有打分之前一字不说，评委打分之后才说出来，这才是真正的正能量。另一个例子是董卿在《朗读者》节目中说过：“我们何必为生命的片段而哭泣，我们整个人生都催人泪下。”但是在《朗读者》中，观众感受的不是悲惨，更多的是对生命的希望，是对生活的向往，能够从电视节目中感受到对人生的美好。

2.3 坚持超越娱乐的复合价值原则

中国电视节目要创新成功，就必须得到观众的认可以及广泛的传播。观众的“掌声”强调节目的社会（艺术）属性，传播广泛的同时也强调节目的经济（商业）属性，只注意掌声而忽略传播性，收视率不高，广告赶不上，从长远来看，不会变得更大、更强。电视节目要兼顾社会效益和经济效益。娱乐虽然可以立即吸引观众，但节目不能以娱乐为导向，不能忘记责任。如果电视节目盲目追求有趣，就会失去电视节目正确的价值引导作用。娱乐可以与公益、民生和现实相结合。坚持娱乐的复合价值原则，使节目的娱乐不再是肤浅的“欢乐”，而是一种温暖人心、弘扬真理、善良和美的“会心一笑”，同时夹杂着冷静的思考和深刻的理解。[2]

例如相亲节目《非诚勿扰》，或许很多人都会以为这个节目仅仅是一个相亲节目，但是主持人孟非说，即便婚恋情感探讨可能“撞题”，但舞台上人来人往，每个人的反馈都不同。这个节目在为男生女生牵线的同时更是宣传了正确的婚恋观，爱情不应该是敏感话题，相反，爱情很有可能伴随着人的大半生。在各种扭曲的爱情观横空出世的当下，《非诚勿扰》节目依然初心不改，显得尤为可贵。

3. 电视新闻创新的有效尝试

在“互联网+”的时代背景下，以电视为主的传统媒体面临着视频门户网站的严峻挑战。电视只有充分发挥其在资源掌控、内容生产、版权归属和广告投入等方面的优势，主动与互联网、新媒体创新融合，才能焕发活力。

3.1 消息类新闻节目：时效性与多角度并重

3.1.1 重大时政新闻：全方位、多角度

如央视，通过对独有资源的利用，在重大事件的报道中屡屡拔得头筹，并试图以新闻产品为切入点打造大型融合媒体旗舰。[3]

媒体报道方式的多样化和媒体技术的提高在《此时此刻·2019大阅兵》报道中一展无遗。此次直播运用了电影大片中的时空结构，也使用了最先进的特种设备和拍摄方法。第一次在金水桥头正中位置，架设可移动升降塔；第一次在阅兵沿线外侧使用移动拍摄车跟随拍摄；第一次实现离中心区更近的索道摄像机架设；第一次在前导移动拍摄车上增加陀螺仪；第一次设置近距离贴地机位。纵观整场直播，既有始终如一的威武震撼、欢乐祥和，又有紧扣时代脉搏的守正创新；既有气势恢宏的壮观场面，又有触动泪点的温暖瞬间；既有民族精神与现代多元文化的碰撞表达，又有4K、5G、AR等技术参与、多屏多渠道融合传播的全面联动……

3.1.2 突发事件报道：进中有退

对于突发事件的电视新闻，直播一直都是中国电视媒体的弱项，而2015年东方卫视对巴黎恐怖袭击事件的直播报道迅速及时，得到了业界的认可。

“谣言止于公开，信任源于透明。”特别是重大突发事件发生时，通常会出现谣言四起、人心不稳的状况，这时候党和政府一定要站出来，成为群众的主心骨、社会的顶梁柱。第一时间发出党和政府权威声音正是主流媒体义不容辞的职责。

大众日报文字通讯与深度报道《36小时，一切为了11名矿工兄弟！——山东能源肥矿集团梁宝寺能源公司“11·19”火灾事故救援纪实》获第三十届中国新闻二等奖。36小时生死大营救，社会关注度高，11人全部获救，成为我国煤矿火灾救援史上独具特色的成功案例，生动诠释了中国特色社会主义制度的显著优势。对这一重大主题，报道故事化讲述，笔调平实客观，用一个个故事和立体化细节“娓娓道来”。报道以时间刻度、亲情电话两条线叙事——明线是以调度中心钟表为意象的时间轴，暗线是以电话为意象的亲情故事，两线贯穿始终，首尾呼应。

3.1.3 民生新闻：细节化、平民化、互动化

民生新闻深受观众喜爱，因为其独特的平民视角和良好的互动效果，也是省级频道和城市电视台的主要栏目。各大主流媒体历来扎根于“民生大事”，加强了民生新闻节目的时效性和贴近性。但是，有限范围内的新闻资源来源相对单一，内容困境仍然十分普遍。

伴随着舆论宣传环境的变化，各种渠道提出了“快、近、深”的要求。一方面提高了报道的及时性，另一方面又扩大了报道模式。

例如在天气热时，朱广权爆出金句：“热得你走出半生，归来全熟，身上还挂着椒盐；晒得你走出半生，归来仍是少年包青天。”天气冷时说：“图上白色区域不是不冷，而是已经够冷。如果你在被窝里睡得正香，那么床以外的地方都是远方，手够不着的地方都是他乡，

上个厕所都是出差到遥远的边疆。”节假日时，说：“地球不爆炸，我们不放假。宇宙不重启，我们不休息。风里雨里节日里，我们都在这里等着你。”以段子的形式播报新闻，收获了大量的粉丝，许多观众也纷纷喜欢上了天气预报。[4]

3.2 专题类新闻节目：融合多媒体，样式内容推陈出新

专题电视新闻报道在过去五年中表现出色，各种形式不断涌现。多媒体方法中集成的大数据消息得到了进一步发展，显示了内容、数据挖掘和可视化处理领域的新发展和进展。

如春节前后央视《晚间新闻》携手百度推出数据新闻特别报道《“据”说过年》。该节目从农历腊月二十三播出，到大年初三结束，共 10 期，每期 5—7 分钟，综合运用了 16 个政府部门和企业组织提供的数据，由主持人文静担任“数据观察员”。

又例如，央视特别报道“一带一路”，以中国为基地，探讨丝绸之路，实现了大主题的微观表述，具体表现抽象主题，在国内创造了同样类型的新闻主题，应用大数据和可视化技术。该节目使用两台超级计算机，制作了超过 1 亿 GB 的数据，制作持续了 6 个月。节目中采用先进的数据可视化技术。在国家测绘局的指导下，制作了 200 多个三维地图，更准确地跟踪“一带一路”沿线国家和地区之间的联系和差异。

3.3 评论类新闻节目：走向个性、专业与高端

随着互联网的快速发展，微博、微信的异军突起让人们进入了“全民记者”以及时时、事事评论的全媒体时代。评论类新闻节目所甄选的报道评论内容不再一成不变。发掘真相，走出框架成为了观众们最向往的事情，也成为了媒体人首要的任务。

央视《新闻 1+1》节目选题从时事政策、公共话题、突发事件等中选取当天最新、最热、最快的新闻话题，来还原新闻真相、解读事件，以精简和敏锐为新闻导向，呈现最质朴的新闻。

在直播过程中，专家评论常态化，主持人评论话语更加注重平民化视角，突出深度观点。地方的不少新闻评论节目，个人特色鲜明，注重信息与评论的组合，受到了不少好评。新闻评论的高度源于从新闻事实生发出来的新思想、新观点。深入第一线，掌握一手信息，进而以新取胜、以深取胜、以准取胜是关键。

3.4 从“互联网 +”到“电视 +”“新闻 +”

新媒体的迅速发展为传统电视新闻创造了一种反向机制，导致电视新闻编辑内涵和拓展发生了变化。传统电视新闻业的运行模式正在发生变化，逐步开始建立适应我国传媒产业生存发展现状的新发展模式。

关于新媒体的集成，许多渠道已经尝试在消息采集和处理的早期阶段与互联网基因融合，取得了良好的效果。如果说交互性是传统电视媒体“互联网 +”带来的最重要的创新因素，那么云、网和端就是为传统电视媒体的综合发展提供“互联网 +”的“基础设施”。阿里巴巴研究所出版的《互联网 +: 从 IT 到 DT》一书认为，依靠“互联网 +”的新基础设施可以归纳为三个部分：云、网和端。“云”是指云计算、大数据；“网”是指互联网、物联网；“端”是指终端，App。这种观点同样适用于电视和新兴媒体的整合和发展。在“互联网 +”时代，传统电视媒体的更新改造应采用云计算和大数据技术，以提高内容制作过程和传播模式。在互联网和物联网的基础上，实现电视的智能和移动性，实现计算机和手机的多终端跨屏幕传播，以及以应用程序为代表的新型视听媒体程序的开发与创新。[5]

从网络传播的角度来看，电视媒体和新兴媒体的整合主要体现在“互联网 +”方面。由此产生的“互动视频”将真正开启电视的“第二媒体时代”。

结语

综上所述，传统的电视节目模式正在向新型模式转变，在时代洪流的冲击下，电视节目编导也应该及时转变思维，积极实践创新。希望广播电视编导能够从以往的经验中，获得启发，从而出品更多优质的电视节目，为群众构建丰富的精神世界。媒

参考文献

[1] 王丹 . 新时代广播电视编导的创新发展 [J]. 记者摇篮，2019（8）：29-30.

[2] 张冰阳 . 新媒体背景下广播电视编导的职业素质分析 [J]. 艺术家，2019（5）：186-187.

[3] 秦琦琅 . 浅析广播电视编导创新意识的培养 [J]. 记者摇篮，2019（8）：33-34.

[4] 徐逢基 . 新媒体时代广播电视编导的创新路径 [J]. 记者摇篮，2019（3）：80-81.

[5] 单怡茗，宋璐伟 .“互联网 +”时代广播电视编导专业的建设 [J]. 赤子，2019（3）：277.

作者简介： 吴洋（2000-），男，辽宁大连，本科在读，研究方向：广播电视编导。

（责任编辑：胡杨）